صلح‌دوست، فاطمه؛ جعفرزاده کرمانی، زهرا (۱۳۹۵). بررسی رفتار نوآورانه کتابداران و عامل‌های مؤثر بر آن در فرآیند مجموعه‌سازی (مطالعه موردی: کتابخانه مرکزی آستان قدس رضوی). *پژوهش‌نامه کتابداری واطلاع‌رسانی*، ۶ (۱)، ۲۶۱- ۲۴۳.

بررسی رفتار نوآورانه کتابداران و عامل‌های مؤثر بر آن در فرآیند مجموعه‌سازی (مطالعه موردی: کتابخانه مرکزی آستان قدس رضوی)[1]

فاطمه صلح‌دوست[2]، دکتر زهرا جعفرزاده کرمانی[3]

تاریخ دریافت: ۹۳/۱۲/۲۰ تاریخ پذیرش: ۹۴/۴/۱۶

چکیده

هدف: *پژوهش حاضر با هدف تعیین میزان وضعیت رفتار نوآورانه کتابداران در فرآیند مجموعه‌سازی و عامل‌های مؤثر بر آن انجام شده است.*

روش: *این پژوهش به روش پیمایشی توصیفی- تحلیلی با استفاده از پرسشنامه جهت گردآوری داده‌ها انجام شد. جامعه پژوهش را ۱۰۴ نفر از کتابداران فعال در فرآیند مجموعه‌سازی سازمان کتابخانه‌ها، موزه‌ها و مرکز اسناد آستان قدس رضوی تشکیل داده‌اند.*

یافته‌ها: *به‌طورکلی رفتار نوآورانه کتابداران در حد متوسط (۲/۴۴) بود. در مرحله‌های کشف ایده و خلق ایده در حد خوب و در مرحله‌های پشتیبانی و اجرای ایده رفتار نوآورانه کتابداران در حد متوسط بود. از مجموع ۸۱ ایده ارائه شده توسط کتابداران فعال در فرآیند مجموعه‌سازی، ۶۱ ایده اجرایی شده است. بیشترین تعداد ارائه ایده (۳۷) در رابطه با ارائه خدمات به کاربران بالفعل و بالقوه بوده و به لحاظ نوع نوآوری، بیشتر ایده‌های اجرا شده مربوط به نوآوری فرآیند (۵۹/۰۱ درصد) بود. بررسی عامل‌های مؤثر بر رفتار نوآورانه کتابداران نیز نشان داد ۲۸/۹ درصد تغییرات رفتار نوآورانه به‌وسیله دانش، ۲۸/۲ درصد از طریق ارتباطات و ۱۳/۳ درصد به‌وسیله تعهد تبیین می‌شود.*

کلیدواژه‌ها: *رفتار نوآورانه، عامل‌های مؤثر بر رفتار نوآورانه، کتابداران، فرآیند مجموعه‌سازی، سازمان کتابخانه‌ها، موزه‌ها و مرکز اسناد آستان قدس رضوی.*

---

۱. این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد است.

۲.دانشجوی کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه امام رضا علیه‌السلام، Solhdoostf@gmail.com

۳. مدیر گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه امام رضا علیه‌السلام، Jafarzadeh@imamreza.ac.ir

مقدمه و بیان مسئله

امروزه توانایی برای نوآوری مستمر و بهبود محصولات، خدمات و فرآیندها، برای سازمان‌ها امری حیاتی است (De Jong & Den Hartog, 2008)؛ چراکه هر سازمانی زمانی مزیت رقابتی را کسب می‌کند که یک راهکار خلق ارزش را به اجرا درآورد، راهکاری که که توسط هیچ‌یک از رقبا اجرا نشده باشد (Barney, 1991 quoted in Vang Helgesen, 2009). سازمان‌ها از جمله کتابخانه‌ها می‌توانند با آگاهی از میزان، خلاقیت و نوآوری حاکم بر سازمان و تقویت آن، سازمان را به سازمانی خلاق تبدیل کنند به‌طوری‌که بازنگری روال‌های موجود و تولید افکار، اندیشه‌ها، کالا و خدمات جدید از طریق تراوشات فکری کارکنان سرلوحه کار آن باشد (آقایی‌فیشانی، ۱۳۹۰). از این‌گونه فعالیت‌ها که افراد در آن بتوانند با ترکیب، تولید، پشتیبانی و در نهایت به کاربستن ایده‌ها در هر زمان، انتظار نوآوری داشته باشند، به‌عنوان رفتار نوآورانه یاد می‌شود (Scott & Bruce, 1994). از آنجایی‌که اجرای طرح‌ها و برنامه‌ها در جهت ارائه خدمات لازم در هر کتابخانه تحت تأثیر نیروی انسانی شاغل در آن کتابخانه می‌باشد (تهوری و فتاحی، ۱۳۸۴) کسب نوآوری نیز در گرو تقویت رفتار نوآورانه کارکنان کتابخانه خواهد بود.

برای رفتار نوآورانه پژوهشگران مراحل مختلفی را در نظر گرفته‌اند. برخی این رفتار را در سه مرحله تولید ایده، ایجاد پیوستگی (گسترش ایده) و پیاده‌سازی خلاصه نموده‌اند (Janssen, 2000; Scott & Bruce, 1994). برخی نیز رفتار نوآورانه را به‌عنوان فرآیندی پنج مرحله‌ای شامل شناسایی ایده، تولید، بررسی سازنده، پشتیبانی و به‌کارگیری ایده معرفی کرده‌اند (Kleysen & Street, 2001). دیدگاه سوم نیز بیان می‌دارد رفتار نوآورانه شامل چهار مرحله کشف ایده، تولید ایده، پشتیبانی ایده و اجرای ایده است (De Jong & Den Hartog, 2010) در این پژوهش جهت بررسی رفتار نوآورانه مبتنی بر دیدگاه سوم، چهار مرحله شناسایی شده توسط دی‌جانگ و دن‌هارتگ مورد استفاده قرار گرفته است، زیرا در این دیدگاه مراحل کشف و تولید ایده که به عقیده باسادور[1] (۲۰۰۴)، نیازمند مهارت‌ها، گرایش‌ها و رفتارهای متفاوت کارکنان است، از یکدیگر تفکیک شده است. همچنین این دیدگاه با وجود اینکه شامل مرحله بررسی سازنده در دیدگاه کلیسن و استریت[2] (۲۰۰۱) نمی‌شود اما به‌عقیده وینینک[3] (۲۰۱۲) این چهار مرحله می‌تواند نشان‌دهنده رفتار نوآورانه و ارائه‌دهنده فرآیند نوآوری باشد.

بی‌تردید یک کتابخانه زمانی می‌تواند در ارائه خدمات موفق باشد که مجموعه‌ای غنی و متناسب با

---

1. Basadur
2. Kleysen & Street
3. Waenink

نیاز جامعه خود فراهم کرده باشد. امروزه حجم زیاد انتشارات، کمبود منابع مالی، کمبود فضا و نیز تحولات فنی و به‌خصوص تنوع نیازهای اطلاعاتی در کتابخانه‌های عمومی فرآیند مجموعه‌سازی را پیچیده‌تر ساخته است، بنابراین داشتن کارکنانی نوآور در کتابخانه‌ها به‌ویژه در بخش مجموعه‌سازی می‌تواند منجر به شناسایی بهترین و مناسب‌ترین روش‌های ممکن در فرآیند مجموعه‌سازی یعنی نیازسنجی، انتخاب، سفارش، دریافت و اشاعه منابع اطلاعاتی شود. از این‌رو، با توجه به آنچه گفته شد و از آنجایی‌که تاکنون پژوهشی در رابطه با نوآوری در فرآیند مجموعه‌سازی در کتابخانه‌ها صورت نپذیرفته است، پژوهش حاضر با توجه به اهمیت و ضرورت نوآوری در فرایند مجموعه‌سازی، به این مسئله پرداخته است که وضعیت رفتار نوآورانه کتابداران فعال در فرآیند مجموعه‌سازی در سازمان کتابخانه‌ها، موزه‌ها و مرکز اسناد آستان قدس رضوی چگونه است و هر یک از عامل‌های ارتباطات، دانش و تعهد به چه میزان بر رفتار نوآورانه کتابداران تأثیر می‌گذارند؟

مبانی نظری

رفتار نوآورانه

رفتار نوآورانه به‌عنوان فرآیندی تلقی می‌شود که ایده‌های جدید حل مسئله را از طریق فراهم کردن یک محصول، خدمت یا فرآیند برای استفاده فراهم می‌سازد. معمولاً از طریق بررسی رفتار نوآورانه کارکنان نه به‌عنوان بخشی از شغل آنان، بلکه به‌عنوان یک نقش رفتاری فوق‌العاده‌ای که اشاره به رفتاری انتخابی دارد، رفتاری که در شرح شغلی مشخص نشده است، شناسایی می‌شود (Dörner, 2012).

همان‌گونه که گفته شد در این پژوهش رفتار نوآورانه چهار مرحله‌ای که توسط دی‌جانگ و دن‌هارتگ شناسایی شده مورد استفاده قرار گرفته است. در ادامه به‌طور مختصر توضیحاتی در رابطه با هر یک از این چهار مرحله ارائه می‌گردد.

مرحله اول: مرحله کشف (شناسایی) ایده[1]: برای مرحله کشف ایده چهار رفتار متفاوت توسط کلیسن و استریت (۲۰۰۱) در نظر گرفته شده است: ۱) توجه به منابع فرصت، ۲) جستجوی فرصت‌هایی برای نوآوری، ۳) شناخت فرصت‌ها و ۴) گردآوری اطلاعات در رابطه با فرصت‌ها. به اعتقاد ویلسون (۱۳۷۸) ساده‌ترین راه دستیابی به نوآوری توجه به دیدگاه کاربران و نیاز مشتریان است؛ زیرا هر کاربر می‌تواند مولد ایده‌ای جدید باشد.

1. Idea exploration

مرحله دوم: تولید ایده[1]: این مرحله رفتارهایی چون ارائه و طبقه‌بندی مجدد فرصت‌ها، ایجاد ارتباطات و ترکیب ایده‌ها و اطلاعات، فرمول‌سازی و آزمایش و ارزیابی ایده‌ها و راه‌حل‌ها را شامل می‌شود (Waenink, 2012).

مرحله سوم: پشتیبانی ایده[2]: اگرچه هدف اکثر ایده‌ها بهبود عملکرد سازمان است، اما منافع مورد انتظار در مقایسه با هزینه‌های آن‌ها به‌روشنی مشخص نیست و به همین جهت با مقاومت مواجه می‌گردد (De Jong & Den Hartog, 2010). برای پشتیبانی از ایده‌ها کلیسن و استریت (۲۰۰۱) راه‌هایی پیشنهاد نموده‌اند. این راه‌ها عبارت است از: ۱) گردآوری منابع (در خصوص منافعی که با اجرای ایده در قبال هزینه‌ها کسب خواهد شد)، ۲) ترغیب و تأثیرگذاری، ۳) سوق دادن و مذاکره در جهت پذیرش ایده و ۴) مبارزه و پذیرش خطر.

مرحله چهارم: اجرای (پیاده‌سازی) ایده[3]: رفتارهایی که برای پیاده‌سازی موفق ایده‌ها در سازمان موردنیاز است عبارت‌اند از: ۱) اجرا، ۲) اصلاح و ۳) معمول‌سازی (Kleysen & Street, 2001). اهمیت این مرحله به این دلیل است که بدون اجرا و پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز ایده‌ها، نوآوری وجود نخواهد داشت (Waenink, 2012).

هر یک از افراد می‌توانند در یک یا بیش از یک مرحله از فرآیند رفتار نوآورانه شرکت داشته باشند (Scott & Bruce, 1994). اوکس[4] (۲۰۱۰) بیان می‌دارد، مراحل رفتار نوآورانه پیوسته و متصل به فرآیند نوآوری است به این صورت که مرحله شروع فرآیند نوآوری از دو مرحله کشف ایده و خلق ایده (ارائه ایده) و مرحله اجرا فرآیند نیز از دو مرحله پشتیبانی و اجرای ایده تشکیل شده است. پژوهش سایر محققان همچون اسکات و بروس[5] (۱۹۹۴) و جانسن[6] (۲۰۰۰) نیز این مطلب را تأیید کرده است. به اعتقاد پوکیو، ترفینگر و تالبوت[7] (۱۹۹۵) ممکن است همه کارکنان در کلیه مراحل فرآیند رفتار نوآورانه شرکت نداشته باشند؛ اما آنچه که مطلوب است وجود تعادل در مراحل ارائه و پیاده‌سازی ایده است.

عامل‌های مؤثر بر رفتار نوآورانه

رفتار نوآورانه تاکنون از طرق بی‌شماری مورد مطالعه پژوهشگران و نظریه‌پردازان بوده است، ابزارهای بسیاری توسعه یافته و محققان به همبستگی‌هایی با طیف وسیعی از متغیرها دست یافته‌اند. وینینک

1. Idea generation
2. Idea championing
3. Idea implementation
4. Oukes
5. Scott & Bruce
6. Janssen
7. Puccio, Treffinger & Talbot

(۲۰۱۲) عوامل مؤثر بر رفتار نوآورانه را به دو نوع فردی و سازمانی تقسیم کرده است. اوکس (۲۰۱۰) نیز پس از مرور پژوهش‌های مرتبط عوامل مؤثر بر این رفتار را به پنج گروه عوامل فردی، ویژگی‌های شغلی، عوامل تیمی، عوامل ارتباطی و عوامل سازمانی طبقه‌بندی نموده است. از میان این عوامل سه عامل ارتباطات، تعهد و دانش عواملی بوده‌اند که تاکنون تأثیر آن‌ها بر رفتار نوآورانه توسط پژوهشگران بسیاری همچون اسکات و بروس (۱۹۹۴)؛ دی‌جانگ و دن هارتگ[1] (۲۰۰۸)؛ ژری[2] (۲۰۱۳)، مارکز[3] و دیگران (۲۰۱۴) و وینینک (۲۰۱۲) مورد مطالعه قرار گرفته است.

ارتباطات

ارتباطات در هر چهار مرحله از رفتار نوآورانه می‌تواند تأثیرگذار باشد. به‌عنوان مثال در مرحله کشف و تولید ایده، ارتباط با همکاران داخل یا خارج از سازمان که در حوزه مجموعه‌سازی فعالیت دارند به شناسایی مشکلات و کشف راه‌حل‌ها کمک خواهد کرد. به اعتقاد حضوری (۱۳۸۴) برقراری ارتباط با سازمان‌های مشابه خارجی موجب تقویت و نهادینه شدن نوآوری در سازمان‌ها می‌شود. در مرحله پشتیبانی و اجرای ایده ارتباطات به‌ویژه ارتباط با مدیران کتابخانه می‌تواند در اتخاذ تصمیمات کلیدی مرتبط باارزش اجرایی ایده، اینکه کدام پروژه از اولویت بیشتری برخوردار است، اختصاص منابع به آن‌ها چگونه است، نحوه آماده‌سازی برای پذیرش نوآوری چگونه باشد و...کمک کننده باشد (Rowley, 2011).

تعهد

تعریف تعهد سازمانی با تأکید بر بعد رفتاری عبارت است از قصد و نیت کارکنان به ماندن در سازمان (طالبان، ۱۳۸۱). به‌طور خاص، انتظار می‌رود رفتار نوآورانه نیازمند تعهد کارکنان باشد، به‌خصوص اگر بنا به استفاده از راه‌حل‌های نوآورانه برای رفع مشکلات اساسی کاری باشد. به‌علاوه، انتظار می‌رود افرادی که به‌طور مؤثر به سازمان خود متعهد هستند به‌احتمال زیاد مجریان بهتری برای توسعه ایده‌های نوآورانه و جدید برای کمک به سازمان باشند (Thompson & Heron, 2006 quoted in Xerri, 2013).

دانش

داشتن دانش تخصصی در رابطه با فرآیندهای کاری به کارکنان برای شناسایی مشکلات و فرصت‌ها کمک می‌کند. در واقع، تنها زمانی‌که دانش تخصصی مرتبط با چگونگی سازماندهی و اولویت‌بندی امور، استفاده از ابزارهای کاری جدید، چگونگی رفتار اطلاع‌یابی و نیازهای اطلاعاتی کاربران وجود داشته باشد، فکر کردن به فرصت‌ها، یافتن راه‌حل مشکلات، به چالش کشیدن وضع موجود

1. De Jong & Den Hartog
2. Xerri
3. Marques

و پشتیبانی از ایده و نیز اجرای ایده‌های نوآورانه ممکن می‌شود (Waenink, 2012).

پیشینه پژوهش

مرور متون نشان داد تاکنون پژوهشی که رفتار نوآورانه کتابداران را مورد مطالعه قرار داده باشد انجام نشده است. در ادامه به برخی از پژوهش‌هایی که از نظر موضوع و روش تا حدودی با پژوهش حاضر ارتباط دارند، پرداخته شده است.

دورنر[1] (۲۰۱۲) در پایان‌نامه دکتری با استفاده از پرسشنامه به بررسی چگونگی تأثیر رفتار نوآورانه کارکنان بر روی عملکرد کاری آنان و نقش مدیران در شکل‌دهی رفتار نوآورانه پرداخت. جامعه مورد مطالعه این پژوهش ۳۵۰ نفر از کارکنان و ناظران مستقیم آنان در یک شرکت بیمه سوئیسی بودند. نتایج پژوهش نشان داد که رفتار نوآورانه کارکنان تأثیر مثبتی بر عملکرد آن‌ها داشت و خودکارآمدی نوآورانه پیش‌بینی کننده‌ای قوی برای رفتار نوآورانه بود. همچنین یافته‌ها حاکی از آن است که خودارزیابی کارکنان و درک آنان از حمایت سازمانی برای نوآوری سبب افزایش خودکارآمدی نوآورانه آنان بوده است.

وینینک (۲۰۱۲) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود به بررسی تأثیر توانایی‌ها و ظرفیت‌های کارکنان را بر رفتار نوآورانه پرداخت. سپس تأثیر مدیریت منابع انسانی بر رابطه میان توانایی‌ها و رفتار نوآورانه را بررسی نمود. در این پژوهش پرسشنامه میان ۲۵۰ نفر از کارکنان یک شرکت فناوری توزیع گردید. نتایج این بررسی نشان داد کارکنان در دو مرحله کشف و تولید ایده از فرآیند رفتار نوآورانه قوی‌تر هستند. در بین توانایی‌ها و ظرفیت‌ها، دانش تخصصی بیشترین و پیش کنشگری کمترین تأثیر را بر رفتار نوآورانه داشته‌اند. همچنین از بین عامل‌های مدیریت منابع انسانی، آموزش بیشترین و اشتراک اطلاعات کمترین تأثیر را بر رابطه میان توانایی‌ها و رفتار نوآورانه داشته‌اند.

جنتز[2] (۲۰۱۳) در پایان‌نامه دکتری خود نوآوری تدریجی و رادیکال و تأثیر ساختار سازمانی و رهبری بر آن‌ها را در ۵۱ کتابخانه پژوهشی آمریکا مورد بررسی قرار داد. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه بود. نتایج نشان داد که یکپارچه‌سازی رفتاری و تمایز ساختاری همچون اندازه سازمان، تأثیر زیادی بر عملکرد نوآوری کارکنان کتابخانه‌های پژوهشی داشته است. نتایج این پژوهش پیشنهادهای کاربردی مهمی را برای مدیران به‌منظور ایجاد کتابخانه‌های پژوهشی ارائه نموده است.

---

1. Dörner
2. Jantz

تفرشی، سپهر و کریمی (۱۳۹۱) پژوهشی را با هدف شناسایی مهم‌ترین عامل‌های مؤثر در خلاقیت و نوآوری از دیدگاه کتابداران انجام دادند. جامعه مورد مطالعه در این پژوهش کلیه کتابداران کتابخانه‌های دانشکده‌ای چهار دانشگاه دولتی شهر اصفهان (دانشگاه اصفهان، دانشگاه علوم پزشکی، دانشگاه صنعتی و دانشگاه هنر) شامل ۱۶۲ نفر بودند. بر طبق نتایج، کلیه عامل‌های فردی و سازمانی بیش از حد متوسط در خلاقیت و نوآوری کتابداران تأثیر داشتند. مهم‌ترین این عامل‌ها به ترتیب عامل‌های مربوط به علم، دانش و تخصص کتابدار و عامل‌های مربوط به نظام پاداش شناسایی شدند. همچنین بین عامل‌های فردی و سازمانی مؤثر بر نوآوری و خلاقیت تفاوت معناداری مشاهده شد به‌گونه‌ای که تأثیر عامل‌های فردی بیش‌تر بود.

هدف‌های پژوهش

- تعیین وضعیت رفتار نوآورانه کتابداران (در مراحل کشف ایده، خلق ایده، پشتیبانی ایده و اجرای ایده) در فرآیند مجموعه‌سازی در کتابخانه مرکزی آستان قدس[1].
- شناسایی عامل‌های مؤثر (شامل ارتباطات، دانش و تعهد) بر رفتار نوآورانه در فرایند مجموعه‌سازی کتابخانه مرکزی آستان قدس.

پرسش‌های پژوهش

پرسش اصلی

رفتار نوآورانه کتابداران در فرآیند مجموعه‌سازی در کتابخانه مرکزی آستان قدس چگونه است؟

پرسش‌های فرعی

۱. رفتار نوآورانه کتابداران در فرآیند مجموعه‌سازی در مرحله کشف ایده چگونه است؟
۲. رفتار نوآورانه کتابداران در فرآیند مجموعه‌سازی در مرحله خلق ایده چگونه است؟
۳. رفتار نوآورانه کتابداران در فرآیند مجموعه‌سازی در مرحله پشتیبانی ایده چگونه است؟
۴. رفتار نوآورانه کتابداران در فرآیند مجموعه‌سازی در مرحله اجرای ایده چگونه است؟

---

۱. جهت اختصار به‌جای عنوان کامل سازمان کتابخانه‌ها، موزه‌ها و مرکز اسناد آستان قدس رضوی از عنوان کتابخانه مرکزی آستان قدس استفاده شده است.

فرضیه‌های پژوهش

۱. ارتباطات کتابداران فعال در فرآیند مجموعه‌سازی کتابخانه مرکزی آستان قدس بر رفتار نوآورانه آنان تأثیر دارد.

۲. دانش کتابداران فعال در فرآیند مجموعه‌سازی کتابخانه مرکزی آستان قدس بر رفتار نوآورانه آنان تأثیر دارد.

۳. تعهد کتابداران نسبت به سازمان کتابخانه مرکزی آستان قدس در فرآیند مجموعه‌سازی بر رفتار نوآورانه آنان تأثیر دارد.

نوع، روش و جامعه آماری پژوهش

بر مبنای هدف، پژوهش حاضر از نوع کاربردی و به لحاظ روش از نوع پیمایشی توصیفی- تحلیلی است و با توجه به بررسی موضوع پژوهش در سازمان کتابخانه‌ها، موزه‌ها و مرکز اسناد آستان قدس رضوی، این پژوهش موردی نیز به‌شمار می‌آید. جامعه مورد مطالعه این پژوهش کلیه کتابداران اداره خدمات کتابداری (بخش سفارش و فراهم آوری منابع)، اداره کتابخانه عمومی (مخزن کتاب‌های چاپی، تالار محققان، تالارهای مطالعه قفسه باز آقایان و بانوان، تالارهای گردش و امانت کتاب آقایان و بانوان، تالارهای مطالعه و گردش کتاب جوانان و نوجوانان پسر و دختر، تالار امانت مواد سمعی و بصری، تالارهای مطبوعات آقایان و بانوان، تالار کتب خارجی، کتابخانه جامع الکترونیک، کتابخانه‌های تخصصی جغرافیا، تاریخ، اقتصاد اسلامی، علوم قرآن و حدیث، ادبیات و اهل‌بیت (ع) گوهرشاد)، مدیریت امور اسناد و مطبوعات (گروه مطبوعات) و مدیریت کتابخانه دیجیتال سازمان کتابخانه‌ها، موزه‌ها و مرکز اسناد آستان قدس رضوی شامل ۱۱۸ نفر است. از این تعداد ۱۰۴ نفر به پرسشنامه پاسخ دادند.

ابزار گردآوری داده‌ها

ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش، پرسشنامه محقق‌ساخته بود که از طریق مرور متون و پژوهش‌های مرتبط، تدوین گردید.

برای سنجش رفتار نوآورانه کتابداران و عامل‌های مؤثر بر آن از مقیاس پنج ارزشی لیکرت استفاده شد. شیوه امتیازدهی و محاسبه میانگین به این صورت بود که خیلی زیاد= ۴، زیاد= ۳، تا حدودی= ۲، کم= ۱، هیچ= ۰، بر این اساس میانگین کمتر از ۱ به معنی نامطلوب و پایین

بودن میزان رفتار نوآورانه و هر یک از عامل‌ها، میانگین بین ۱ تا ۲/۵ به معنی متوسط و میانگین بین ۲/۵ تا ۴ به معنی خوب و مطلوب بودن این میزان بود.

یافته‌ها و نتایج پژوهش

پرسش اصلی پژوهش: رفتار نوآورانه کتابداران در فرآیند مجموعه‌سازی در کتابخانه مرکزی آستان قدس چگونه است؟

با توجه به آنکه پاسخگویی به این پرسش مستلزم ارائه یافته‌های مربوط به سؤال‌های فرعی است، نخست یافته‌های به‌دست آمده از سؤال‌های فرعی ارائه می‌گردد.

پرسش فرعی اول: رفتار نوآورانه کتابداران در فرآیند مجموعه‌سازی در مرحله کشف ایده چگونه است؟

جدول ۱. آماره‌های توصیفی مرحله کشف ایده رفتار نوآورانه کتابداران در فرایند مجموعه‌سازی

مرحله کشف ایده	خیلی زیاد	زیاد	تا حدودی	کم	هیچ	میانگین	انحراف معیار
اندیشیدن به مسائل مرتبط با مجموعه‌سازی	۱۱ (۱۰/۶)	۳۰ (۲۸/۸)	۴۲ (۴۰/۴)	۱۷ (۱۶/۳)	۴ (۳/۸)	۲/۶	۰/۷۳
اندیشیدن به چگونگی بهبود روش‌ها و فرآیندهای کاری	۲۳ (۲۲/۱)	۵۶ (۵۳/۸)	۲۱ (۲۰/۲)	۴ (۳/۸)	۰		

براساس جدول ۱ میانگین کسب‌شده برای مرحله کشف ایده ۲/۶ بود. با توجه به اینکه مقدار میانگین بیش از ۲/۵ و بالاتر از سطح متوسط است، می‌توان گفت رفتار نوآورانه کتابداران در مرحله کشف ایده فرآیند مجموعه‌سازی در حد خوب و مطلوبی قرار دارد. همچنین یافته‌ها نشان داد درصد بالایی از کتابداران (۷۷/۹ درصد) در حد خیلی زیاد و زیاد به چگونگی بهبود روش‌ها و فرآیندهای کاری در فرآیند مجموعه‌سازی می‌اندیشیدند.

پرسش فرعی دوم: رفتار نوآورانه کتابداران در فرآیند مجموعه‌سازی در مرحله خلق ایده چگونه است؟

جدول ۲. آماره‌های توصیفی مرحله خلق ایده رفتار نوآورانه کتابداران در فرایند مجموعه‌سازی

مرحله خلق ایده	خیلی زیاد	زیاد	تا حدودی	کم	هیچ	میانگین	انحراف معیار
یافتن راه‌حل‌های قابل‌توجه برای مشکلات	۸ (۷/۷)	۴۹ (۴۷/۱)	۴۳ (۴۱/۳)	۰	۴ (۳/۸)	۲/۵۴	۰/۶
یافتن روش‌هایی متفاوت جهت انجام بهتر کار خود یا همکاران بخش‌های دیگر	۶ (۵/۸)	۴۷ (۴۵/۶)	۴۲ (۴۰/۸)	۰	۸ (۷/۸)		

یافته‌های جدول ۲ نشان می‌دهد میانگین رفتار نوآورانه کتابداران در فرآیند مجموعه‌سازی در مرحله خلق ایده در حد خوب و برابر با ۲/۵۴ بود. افزون بر این ۵۱/۴ درصد از کتابداران بیان داشته‌اند به میزان خیلی زیاد و زیاد روش‌هایی متفاوت جهت انجام بهتر کار خود یا همکاران بخش‌های دیگر یافته‌اند.

پرسش فرعی سوم: رفتار نوآورانه کتابداران در فرآیند مجموعه‌سازی در مرحله پشتیبانی ایده چگونه است؟

جدول ۳. آماره‌های توصیفی مرحله پشتیبانی ایده رفتار نوآورانه کتابداران در فرایند مجموعه‌سازی

مرحله پشتیبانی ایده	خیلی زیاد	زیاد	تا حدودی	کم	هیچ	میانگین	انحراف معیار
تشویق دیگران در انجام امور به شیوه‌ای متفاوت	۱۲ (۱۱/۵)	۴۵ (۴۳/۳)	۳۷ (۳۵/۶)	۸ (۷/۷)	۲ (۱/۹)	۲/۳۱	۰/۷۷
میزان موفقیت در متقاعد کردن مدیران برای حمایت از ایده‌های نوآورانه خود یا کارکنان	۷ (۶/۷)	۲۳ (۲۲/۱)	۵۰ (۴۸/۱)	۲۰ (۱۹/۲)	۴ (۳/۸)		

بر طبق جدول ۳ و با توجه به اینکه مقدار میانگین بین ۱ تا ۲/۵ حد متوسط را بیان می‌کند، می‌توان نتیجه گرفت رفتار نوآورانه کتابداران فعال در فرآیند مجموعه‌سازی در مرحله پشتیبانی ایده در حد متوسط بود. در این مرحله کتابداران نسبت به تشویق یکدیگر در انجام امور به شیوه‌ای متفاوت موفق‌تر بوده‌اند زیرا (۵۴/۸ درصد) آنان در این رابطه گزینه خیلی زیاد و زیاد را انتخاب کرده‌اند.

پرسش فرعی چهارم: رفتار نوآورانه کتابداران در فرآیند مجموعه‌سازی در مرحله اجرای ایده چگونه است؟

جدول ۴. آماره‌های توصیفی مرحله اجرای ایده رفتار نوآورانه کتابداران در فرایند مجموعه‌سازی

مرحله اجرای ایده	خیلی زیاد	زیاد	تا حدودی	کم	هیچ	میانگین	انحراف معیار
میزان تلاش جهت پیاده‌سازی و اجرای ایده‌ها، استفاده از ابزارها یا خدمات جدید	۱۰ (۹/۶)	۳۸ (۳۶/۵)	۴۰ (۳۸/۵)	۱۵ (۱۴/۴)	۱ (۱)	۲/۳۳	۰/۷۸
تا چه حد ایده‌های نوآورانه در رابطه با امور کاری ارائه نموده‌اید؟	۴ (۳/۸)	۴۱ (۳۹/۴)	۴۱ (۳۹/۴)	۱۵ (۱۴/۴)	۳ (۲/۹)		

یافته‌های جدول ۴ نشان می‌دهد رفتار نوآورانه کتابداران فعال در فرآیند مجموعه‌سازی به لحاظ اجرای ایده در حد متوسط قرار داشت. در این میان ۴۶/۱ درصد آن‌ها اظهار داشته‌اند به میزان خیلی زیاد و زیاد در پیاده‌سازی ایده‌ها، استفاده از ابزارها یا خدمات جدید تلاش کرده‌اند. همچنین برآورد ۴۴ نفر (۴۳/۲ درصد) از کتابداران نسبت به ایده‌های نوآورانه‌ای که در رابطه با امور کاری ارائه کرده‌اند در حد خیلی زیاد و زیاد بوده است.

با توجه به نتایج پرسش‌های فرعی ارائه‌شده، پاسخ پرسش اصلی به شرح زیر است.

پرسش اصلی پژوهش: رفتار نوآورانه کتابداران در فرآیند مجموعه‌سازی در کتابخانه مرکزی آستان قدس چگونه است؟

جدول ۵. شاخص‌های آماری (میانگین و انحراف معیار) متغیر رفتار نوآورانه

گویه	میانگین	انحراف معیار	تعداد
رفتار نوآورانه	۲/۴۴	۰/۵۷	۱۰۴

با توجه به جدول ۵ از آنجایی‌که میانگین به‌دست‌آمده برای رفتار نوآورانه کتابدارانی که در فرآیند مجموعه‌سازی فعالیت دارند بین ۱ تا ۲/۵ قرار دارد (۲/۴۴)، بنابراین رفتار نوآورانه کتابداران به‌طورکلی متوسط بوده است.

جهت بررسی دقیق‌تر رفتار نوآورانه کتابداران در فرآیند مجموعه‌سازی شاخص‌های توصیفی ارائه یا اجرای ایده‌های نوآورانه توسط کتابداران به تفکیک مراحل مرتبط با فرآیند مجموعه‌سازی در جدول ۶ ارائه گردیده است.

جدول ۶. شرح توزیع فراوانی ایده‌های ارائه یا اجرا شده کتابداران فعال در فرآیند مجموعه‌سازی

مراحل مجموعه‌سازی	رفتار نوآورانه		نوع نوآوری اجرا شده		
دریافت تقاضاها و رفع نیازهای اطلاعاتی کاربران	۲	۴	۲	۱	۱
انتخاب بهتر و گزینشی‌تر منابع	۳	۱۳	۱۳	۰	۰
ثبت، سفارش و دریافت منابع اطلاعاتی از کارگزاران و ناشران	۱	۲۱	۱۹	۲	۰
ارائه خدمات به کاربران بالفعل و بالقوه	۱۴	۲۳	۲	۱۶	۵
مجموع	۲۰ (۲۴/۶۹)	۶۱ (۷۵/۳)	۳۶ (۵۹/۰۱)	۱۹ (۳۱/۱۴)	۶ (۹/۸۳)
	۸۱ ایده		۸۱ ایده		

بر طبق جدول ۶ درمجموع و پس از حذف موارد تکراری ۸۱ ایده کتابداران مورد بررسی قرار گرفته است. از این تعداد ۶۱ ایده (۷۵/۳ درصد) اجرایی شده است و ۲۰ ایده (۲۴/۶۹ درصد) در حد ارائه بوده و به مرحله اجرایی درنیامده است. در این میان بیشترین تعداد ایده‌ها در فرآیند مجموعه‌سازی مربوط به ارائه خدمات به کاربران بالفعل و بالقوه (۳۷ ایده) و کمترین تعداد ایده‌ها در رابطه با دریافت تقاضاها و رفع نیازهای اطلاعاتی کاربران (۶ ایده) بوده است. هم‌چنین، یافته‌ها نشان می‌دهد بیشتر ایده‌های اجرا شده مرتبط با فرآیند مجموعه‌سازی به لحاظ نوع نوآوری مربوط به نوآوری فرآیند شامل ۳۶ ایده (۵۹/۰۱ درصد) و کمترین مربوط به نوآوری بازاریابی شامل ۶ ایده (۹/۸۳ درصد) بود.

فرضیه اول: ارتباطات کتابداران فعال در فرآیند مجموعه‌سازی کتابخانه مرکزی آستان قدس بر رفتار نوآورانه آنان تأثیر دارد.

جدول ۷. ضریب تعیین و خطاها برای عامل ارتباطات

	میانگین	انحراف معیار	همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل‌شده	خطای برآورد	آماره دوربین-واتسون
ارتباطات	۲/۱	۰/۸۰۳	۰/۵۳۱	۰/۲۸۲	۰/۲۷۵	۰/۴۸۵۵۶	۲/۰۲۲

با توجه به جدول ۷ ضریب تعیین به‌دست آمده برابر ۰/۲۸۲ است؛ یعنی حدود ۲۸/۲ درصد تغییرات متغیر رفتار نوآورانه توسط متغیر ارتباطات تبیین می‌شود. همچنین براساس یافته‌های این جدول

میانگین ارتباطات کتابداران فعال در فرآیند مجموعه‌سازی برابر ۲/۱ به‌دست آمد و چون این مقدار بین ۱ تا ۲/۵ قرار دارد، می‌توان گفت کتابداران به لحاظ ارتباطات در سطح متوسط قرار داشتند.

جدول ۸. آزمون آنووا جهت بررسی معنی‌دار بودن تحلیل رگرسیون تأثیر ارتباطات بر رفتار نوآورانه

	مجموع مربعات	درجه آزادی	مربع میانگین	آماره اف	P-value
رگرسیون	۹/۴۵۶	۱	۹/۴۵۶	۴۰/۱۰۵	۰/۰۰۰
باقی‌مانده	۲۴/۰۴۹	۱۰۲	۰/۲۳۶		
جمع کل	۳۳/۵۰۴	۱۰۳			

بر طبق جدول ۸، با توجه به اینکه مقدار P-value از سطح معنی‌داری ۰/۰۵ کمتر است (۰/۰۵ > P-value= ۰/۰۰۰)، لذا فرضیه پذیرفته شد. به این مفهوم که ارتباطات کتابداران به‌طور معنی‌داری در افزایش و تقویت رفتار نوآورانه آن‌ها نقش داشته است.

فرضیه دوم: دانش کتابداران فعال در فرآیند مجموعه‌سازی کتابخانه مرکزی آستان قدس بر رفتار نوآورانه آنان تأثیر دارد.

جدول ۹. ضریب تعیین برای عامل دانش

	میانگین	انحراف معیار	همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل‌شده	خطای برآورد	آماره دوربین-واتسون
دانش	۲/۷۱	۰/۶۶	۰/۵۳۸	۰/۲۸۹	۰/۲۸۲	۰/۴۸۳۱۳	۱/۹۶۱

یافته‌های جدول ۹ نشان می‌دهد ضریب تعیین برای عامل دانش برابر ۰/۲۸۹ است؛ یعنی حدود ۲۸/۹ درصد تغییرات متغیر رفتار نوآورانه به‌وسیله متغیر دانش کتابداران تبیین می‌شود. همچنین با توجه به میانگین به‌دست آمده (۲/۷۱) که بالاتر از حد متوسط (۲/۵) است، می‌توان گفت کتابداران فعال در فرآیند مجموعه‌سازی به لحاظ دانش در حد مطلوبی بودند.

جدول ۱۰. آزمون آنووا جهت بررسی معنی‌دار بودن تحلیل رگرسیون تأثیر دانش بر رفتار نوآورانه

	مجموع مربعات	درجه آزادی	مربع میانگین	آماره اف	P-value
رگرسیون	۹/۶۹۶	۱	۹/۶۹۶	۴۱/۵۳۹	۰/۰۰۰
باقی‌مانده	۲۳/۸۰۸	۱۰۲	۰/۲۳۳		
جمع کل	۳۳/۵۰۴	۱۰۳			

بر طبق جدول ۱۰، با توجه به اینکه مقدار P-value از سطح معنی‌داری ۰/۰۵ کمتر است (۰/۰۵ > P-value=۰/۰۰۰)، لذا فرضیه پذیرفته شد. به این مفهوم که دانش کتابداران به‌طور معنی‌داری در میزان افزایش و تقویت رفتار نوآورانه آن‌ها تأثیر داشته است.

فرضیه سوم: تعهد کتابداران نسبت به سازمان کتابخانه مرکزی آستان قدس در فرآیند مجموعه‌سازی بر رفتار نوآورانه آنان تأثیر دارد.

جدول ۱۱. ضریب تعیین برای عامل تعهد

	میانگین	انحراف معیار	همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل‌شده	خطای برآورد	آماره دوربین-واتسون
تعهد	۳/۱۱	۰/۷۷	۰/۳۶۵	۰/۱۳۳	۰/۱۲۴	۰/۵۳۳۶۸	۱/۹۸۲

مطابق با یافته‌های جدول ۱۱، ضریب تعیین برای تعهد برابر ۰/۱۳۳ است، یعنی حدود ۱۳/۳ درصد تغییرات متغیر رفتار نوآورانه از طریق متغیر تعهد کتابداران تبیین می‌شود. همچنین میانگین به‌دست آمده برای تعهد کتابداران نسبت به سازمان (۳/۱۱) نشان از تعهد مطلوب و بالای کتابداران فعال در فرآیند مجموعه‌سازی نسبت به سازمان دارد.

جدول ۱۲. آزمون آنووا جهت بررسی معنی‌دار بودن تحلیل رگرسیون تأثیر تعهد بر رفتار نوآورانه

	مجموع مربعات	درجه آزادی	مربع میانگین	آماره اف	P-value
رگرسیون	۴/۴۵۳	۱	۴/۴۵۳	۱۵/۶۳۴	۰/۰۰۰
باقی‌مانده	۲۹/۰۵۱	۱۰۲	۰/۲۸۵		
جمع کل	۳۳/۵۰۴	۱۰۳			

بر طبق جدول ۱۲، با توجه به اینکه مقدار P-value از سطح معنی‌داری ۰/۰۵ کمتر است (۰/۰۵ > P-value= ۰/۰۰۰)، لذا فرضیه پذیرفته شد. به این مفهوم که تعهد کتابداران به‌طور معنی‌داری در افزایش و تقویت رفتار نوآورانه آنان مؤثر بوده است.

نتیجه‌گیری

یافته‌های به‌دست آمده از این پژوهش نشان داد به‌طورکلی کتابداران فعال در فرآیند مجموعه‌سازی به لحاظ رفتار نوآورانه در سطح متوسط قرار دارند (جدول ۵). وینینک (۲۰۱۲) و دی‌جانگ و دن‌هارتگ (۲۰۰۸) نیز در بررسی رفتار نوآورانه به ترتیب در یک شرکت فناوری و مؤسسه تحقیقات سیاست و کسب‌وکار به نتیجه‌ای مشابه با آنچه در این پژوهش به‌دست آمده است رسیدند.

بررسی وضعیت رفتار نوآورانه در هر یک از چهار مرحله کشف ایده، خلق ایده، پشتیبانی ایده و اجرای ایده (جدول‌های ۱ تا ۴) حاکی از آن است که اگرچه کتابداران به‌خوبی فرصت‌ها را شناسایی می‌کنند اما در توجه به منابع فرصت که می‌تواند در محدوده‌ای وسیع‌تر از حوزه کاری فرد باشد کمتر موفق هستند. رفتار نوآورانه کتابداران فعال در فرآیند مجموعه‌سازی در مرحله خلق ایده نیز خوب بوده است اما موفقیت آن‌ها در مرحله کشف ایده بیشتر است. به این معنا که آنان پس از شناسایی فرصت‌ها در ترکیب ایده‌ها و اطلاعات و ارزیابی آن‌ها جهت ارائه راه‌حل‌ها کمتر موفق بوده‌اند. بر این اساس به نظر می‌رسد فقدان تجربه لازم و یا عدم اطمینان به جلب حمایت دیگران در اجرای ایده‌ها می‌تواند از جمله عامل‌هایی باشد که حرکت رو به جلوی افراد در توسعه ایده را متوقف می‌سازد. در نتیجه به‌دنبال آن و در مرحله پشتیبانی ایده عدم تمایل کتابداران برای پذیرش خطر ارائه ایده جدید و ایستادگی در برابر مقاومت‌ها و مخالفت‌های احتمالی مدیران سبب شده است کمتر جهت جلب حمایت برای پیاده‌سازی ایده خود تلاش نمایند. در این خصوص کتابداران می‌توانند با گردآوری اطلاعات و منابع مناسبی که بیانگر مزیت و برتری ایده آنان باشد و نیز داشتن ارتباطات مناسب و در راستای اهداف سازمانی با افراد صاحب نفوذ در رده‌های مختلف، حمایت موردنیاز جهت اجرای ایده‌های خود را به‌دست آورند. در این صورت اعتماد به نفس لازم برای شرح ایده و بیان امتیازهایی که در پی به اجرا درآمدن آن حاصل خواهد شد، خود به‌وجود خواهد آمد. بهتر بودن میانگین مرحله اجرای ایده نسبت به مرحله پشتیبانی نشان از اهمیت حمایت سازمان از افراد نوآور دارد چراکه افراد نوآور نه‌تنها توانایی ارائه ایده‌های نوآورانه بیشتری دارند بلکه مجریان بهتری نیز جهت پیاده‌سازی‌های ایده‌ها هستند. توجه به تعداد ایده‌های نوآورانه‌ای که تاکنون برای فرآیند مجموعه‌سازی ارائه یا پیاده‌سازی شده است این واقعیت را بیشتر نمایان می‌سازد. چراکه همان‌گونه که پیش‌تر گفته شد از میان ۸۱ ایده جمع‌آوری شده، ۶۱ ایده به اجرا درآمده است. این به این معنی است که علاوه بر اینکه افراد در دو مرحله کشف و تولید ایده موفق‌تر بوده‌اند، درصد قابل‌توجهی از ایده‌های ارائه شده نیز (۷۵/۳ درصد) اجرایی شده است (جدول ۴-۷). همان‌گونه که در مبانی نظری اشاره شد ممکن است تمام کارکنان در کلیه مراحل فرآیند رفتار نوآورانه شرکت نداشته باشند، اما آنچه مطلوب است تعادل در مرحله ارائه و پیاده‌سازی ایده‌ها است. نتایج حاکی از آن است این تعادل رفتاری در کتابدارانی که در فرآیند مجموعه‌سازی سازمان کتابخانه‌ها، موزه‌ها و مرکز اسناد آستان قدس رضوی به فعالیت می‌پردازند وجود دارد.

بررسی ایده‌های به اجرا درآمده به لحاظ نوع نوآوری نشان می‌دهد ۵۹/۱ درصد ایده‌ها مربوط به نوآوری فرآیند، ۳۱/۱۴ درصد مربوط به نوآوری خدمات و ۹/۸۳ درصد از نوع نوآوری بازاریابی (جذب مخاطب) بوده‌اند (جدول ۴- ۷). نوآوری فرآیند شامل ایجاد تغییرات اساسی در روش‌ها، تجهیزات یا نرم‌افزارها، کاهش هزینه یک واحد خدمات یا انتقال اطلاعات، فراهم کردن شرایط بهتر برای رزرو کتاب در کتابخانه، بهبود کیفیت در اجرای عملکردهای انتخاب، سفارش و دریافت منابع کتابخانه و مواردی از این قبیل است. نوآوری خدمات انجام اصلاحات در ویژگی‌های فنی، منابع و نرم‌افزارهای موجود به‌منظور تسهیل نمودن فرآیند عرضه خدمات و سهولت دسترسی به اطلاعات برای کاربران را شامل می‌شود (نوروزی‌چاکلی، ۱۳۸۹). مصداق‌های نوآوری بازاریابی یا جلب مخاطب در کتابخانه‌ها شامل گشودن مسیرهای جدید برای دستیابی به اطلاعات، یا معرفی منابع اطلاعاتی و خدمات جدید به‌منظور افزایش میزان توجه مخاطبان به کتابخانه‌ها و نحوه و مکان تحویل خدمات است (طبرسا، محبوب، اسمعیلی گیوی و اسمعیلی گیوی، ۱۳۸۹). براساس آنچه در رابطه با مصداق‌های نوآوری‌های فرآیند، خدمات و بازاریابی گفته شد، می‌توان نتیجه گرفت این سه نوع نوآوری کاملاً منطبق بر چهار مرحله فرآیند مجموعه‌سازی هستند؛ زیرا گستردگی فرآیند مجموعه‌سازی از انتخاب، سفارش و دریافت منابع گرفته تا خدمات نیازسنجی و اشاعه منابع اطلاعاتی ایجاب کرده است جهت هر چه بهتر انجام دادن این امور انواع نوآوری (فرآیند، بازاریابی یا جذب مخاطب و خدمات) به‌کار گرفته شود. در مجموع به نظر می‌رسد چنانچه سازمان کتابخانه‌ها، موزه‌ها و مرکز اسناد آستان قدس رضوی در جهت تقویت رفتار نوآورانه کارکنان پاداش‌های حمایتی بیشتری در نظر بگیرد کارکنان بیشتری ترغیب به فعالیت در زمینه ارائه ایده‌های نوآورانه شوند. پاداش‌هایی که سازمان جهت حمایت از فعالیت‌های نوآورانه به کارکنان اعطا می‌نماید می‌تواند تنها محدود به پاداش‌های مالی نباشد. به‌عنوان مثال سازمان می‌تواند از طریق بولتن‌های خبری کارکنان موفق و نوآور را معرفی کرده و از فعالیت‌های نوآورانه آنان تقدیر نماید. اعزام کارکنان جهت بازدید از سازمان‌های موفق مشابه نیز از همین نوع است.

یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه‌ها نشان داد (جدول ۷) ارتباطات ۲۸/۲ درصد بر رفتار نوآورانه تأثیرگذار است؛ بنابراین به‌نظر می‌رسد ایجاد بسترهای مناسب برای ارتباطات سازمانی و بین سازمانی به‌ویژه بسترهایی که ارتباط با مدیران سازمان را تسهیل می‌نماید احتمال دستیابی به انواع نوآوری را بیشتر خواهد کرد. حضوری (۱۳۸۴) در رابطه با ارتباطات بین سازمانی بیان می‌دارد ارتباطات با سازمان‌های مشابه خارجی موجب تقویت و نهادینه شدن نوآوری در سازمان‌ها می‌شود؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت

گسترش ارتباطات بین سازمانی نباید تنها محدود به سازمان‌های داخلی باشد چراکه ارتباط با سازمان‌های خارجی مشابه نیز می‌تواند تأثیر به‌سزایی در کسب نوآوری داشته باشد. از جمله ارتباطات سازمانی که به نظر می‌رسد می‌تواند فرصت مناسبی برای کنکاش و کشف ایده‌های ناب باشد ارتباط با کاربران است. در این خصوص ویلسون (۱۳۷۸) اعتقاد دارد توجه به دیدگاه کاربران و نیاز مشتریان از این نظر که هر کاربر می‌تواند مولد ایده‌ای جدید باشد ساده‌ترین راه دستیابی به نوآوری است.

دانش به‌عنوان عاملی مؤثر بر رفتار نوآورانه در پژوهش‌های محققهایی چون کراس[1] (۲۰۰۴)، وینینک (۲۰۱۲) و سعیدا اردکانی، کنجکاو منفرد، حکاکی و رضایی دولت‌آبادی (۱۳۹۲) مورد بررسی قرار گرفته است. در تمامی این پژوهش‌ها تأثیر دانش بر رفتار نوآورانه مورد تأیید قرار گرفته است. همچنین در پژوهشی که تفرشی و دیگران (۱۳۹۱) در کتابخانه‌های دانشگاهی انجام دادند، دانش و تخصص کتابداران به‌عنوان یکی از عامل‌های مؤثر بر نوآوری شناخته شده است. با توجه به این نتایج از آنجایی‌که دانش کتابداران حدود ۳۰ درصد بر رفتار نوآورانه آنان تأثیرگذار است و این حقیقت که به لحاظ سطح دانش تخصصی از شرایط خوبی برخوردارند (جدول ۹). می‌توان به این نتیجه رسید که چنانچه در جهت هرچه بیشتر شدن دانش تخصصی آنان گام برداشته شود موفقیت در بهبود و افزایش میزان رفتار نوآورانه آنان به‌نسبت دیگر عامل‌های بررسی شده بیشتر خواهد بود. برقراری ارتباط با افراد متخصص، استفاده از گروه‌های هم‌عمل و بهره‌گیری از دانش متخصصان، ایجاد جو رقابتی در سازمان، ارتباط با کتابخانه‌های موفق و ... می‌تواند به کسب دانش بیشتر کمک کند. تعهد به‌عنوان یکی از عامل‌های مؤثر بر رفتار نوآورانه در پژوهش‌های ژری (۲۰۱۳) و مارکز و دیگران(۲۰۱۴) مورد توجه قرار گرفته است. یافته‌های این پژوهش نیز بیانگر این مطلب است که تعهد ۱۳/۳درصد بر رفتار نوآورانه تأثیرگذار است (جدول ۱۱). به نظر می‌رسد سازمان می‌تواند با تقویت دیگر عامل‌های مؤثر بر رفتار نوآورانه و ایجاد بسترها و شرایط مناسب جهت افزایش دانش تخصصی و ارتباطات سازمانی و بین سازمانی کتابداران، از تعهد بالای کارکنان خود نسبت به سازمان جهت بهبود رفتار نوآورانه آنان و افزایش فعالیت‌های نوآورانه بهره جوید. در همین رابطه تامپسون و هرون معتقدند تعهد سازمانی مؤثر کارکنان به سازمان بر اشتیاق آن‌ها بر اشتراک دانش و نوآور بودن تأثیر خواهد داشت (Thompson & Heron, 2006 quoted in Xerri, 2013).

1. Krause

کتابنامه

آقایی فیشانی، تیمور (۱۳۹۰). *خلاقیت و نوآوری «با نگرش سیستمی»*. تهران: کتاب طلایی جامع.

تفرشی، شکوه؛ سپهر، فرشته؛ و کریمی، کبری (۱۳۹۱). بررسی عوامل مؤثر در خلاقیت و نوآوری کتابداران دانشگاهی اصفهان از دیدگاه آنان. *پژوهش‌نامه کتابداری و اطلاع‌رسانی*، ۲ (۱)، ۹۱- ۱۱۰.

تهوری، زهرا؛ فتاحی، رحمت‌الله (۱۳۸۴). بررسی دیدگاه مسئولان بخش‌های مختلف کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌ها درباره وظایف، دانش و مهارت‌های حرفه‌ای مورد انتظار آن‌ها. *مطالعات تربیتی و روانشناسی*، ۱۸، ۳۷- ۶۰.

حضوری، محمدجواد (۱۳۸۴). *طراحی و تبیین مدل نهادینه کردن نوآوری در بخش دولتی*. پایان‌نامه دکتری. دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی، تهران.

سعیدا اردکانی، سعید؛ کنجکاو منفرد، امیررضا؛ حکاکی، مسعود؛ و رضایی دولت‌آبادی، حسین (۱۳۹۲). شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه نوآوری فردی. *مدیریت توسعه فناوری*، ۲، ۱۳۵- ۱۵۵.

طالبان، محمدرضا (۱۳۸۱). تأملی بر مطالعات و تحقیقات مربوط به تعهد سازمانی در ایران و جهان. *نامه پژوهش فرهنگی*، (۴)، ۳۱- ۷۸.

طبرسا، غلامعلی؛ محبوب، سیامک؛ اسمعیلی گیوی، محمدرضا؛ و اسمعیلی گیوی، حمیدرضا (۱۳۸۹). بررسی تأثیر فرهنگ کارآفرینانه سازمانی بر خلاقیت و نوآوری در نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*،۱۶ (۱)، ۵- ۲۲.

نوروزی‌چاکلی، عبدالرضا (۱۳۸۹). نقش نوآوری در افزایش اثربخشی خدمات در کتابخانه‌های عمومی: *خلاقیت و نوآوری در کتابخانه‌های عمومی. مجموعه مقالات نشست تخصصی اداره کل پژوهش و آموزش نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور* (ص ۱۰۸- ۸۵). تهران: نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور.

ویلسون، گراهام (۱۳۷۸). *حل مسئله و تصمیم‌گیری*. (دفتر امور مدیران بنیاد مستضعفان و جانبازان انقلاب اسلامی، مترجم). تهران: دکلمه‌گران.

Basadur, M. (2004). Leading others to think innovatively together: Creative leadership. *Leadership Quarterly*, *15*, 103-121.

De Jong, J. P. J., & Den Hartog, D. N. (2008). Innovative work behavior: Measurement and validation. *EIM Business and Policy Research*. Retrieved June 16, 2014 from http://www.entrepreneurship-sme.eu/pdf-ez/h200820.pdf.

De Jong, J., & Den Hartog, D. (2010). Measuring Innovative Work Behaviour. *Creativity and Innovation Management*, *19*(1), 23-36.

Dörner, N. (2012). *Innovative Work Behavior: The Roles of Employee Expectations and Effects on Job Performance*. Doctoral dissertation, University of St. Gallen. Retrieved June 16, 2014 from http://verdi.unisg.ch/www/edis.nsf/SysLkpByIdentifier/4007/$FILE/Dis4007.pdf

Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behaviour. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, *73*, 287-302.

Jantz, R. C. (2013). *Incremental and radical innovations in research libraries: An exploratory examination regarding the effects of ambidexterity, organizational structure, leadership and contextual factors.* Doctoral Dissertation, Rutgers the State University of New Jersey– New Brunswick. Retrieved October 11, 2013 from http://rucore.libraries.rutgers.edu/rutgers-lib/40599/PDF/1/

Kleysen, R.F., & Street, C.T. (2001). Toward a multi-dimensional measure of individual innovative behavior. *Journal of Intellectual Capital*, *2*(3), 284-296.

Krause, D. E. (2004). Influence-based leadership as a determinant of the inclination to innovate and of innovation-related behaviors: An empirical investigation. *The Leadership Quarterly*, 15(1), 79-102.

Marques, T., Galende, J., Cruz, P., & Portugal Ferreira, M. (2014). Surviving downsizing and innovative behaviors: a matter of organizational commitment. *International Journal of Manpower*, *35*(7), 930-955.

Oukes, T. (2010). *Innovative work behavior: A case study at a tire manufacturer*. Bachelor thesis, University of Twente, Retrieved August 31, 2014 from http://essay.utwente.nl/62728/1/Bacheloropdracht_T._Oukes_September_2011(publieke_versie).pdf

Puccio, G.J., Treffinger, D.J., & Talbot, R.J. (1995). Exploratory examination of relationships between creativity styles and creative products. *Creativity Research*, 8(2), 157-172.

Rowley, J. (2011). Should your library have an innovation strategy?. *Library Management*, 32(4/5), 251-265.

Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Academy of management Journal*, *37*(3), 580-607.

Vang Helgesen, A. (2009). *Influence of the Stage Gate on Innovation Performance in Creative Organisations- an exploratory study*. Master thesis, Copenhagen Business School. CBS, Department of Innovation and Organisational Economics. Retrieved December 28, 2013 from http://studenttheses.cbs.dk/bitstream/handle/10417/1260/anders_vang_helgesen.pdf?sequence=1

Waenink, E. (2012). *Creating innovative employees: the effect of competences on innovative work behavior and the moderating role of human resource practices.* Master thesis, University of Twente. Retrieved August 12, 2014 from http://essay.utwente.nl/61964/1/Final_Version_Master_Thesis_Elles_Waenink_-_August_2012.pdf

Xerri, M. J. (2013). *Are committed employees more likely to exhibit innovative behaviour: a social exchange perspective*. Doctoral Dissertation, Southern Cross University, Lismore, NSW. Retrieved August 12, 2014 from epubs.scu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=these.